

# 중국 콘텐츠 산업동향

IP 비즈니스로 레벨업하는 중국 웹툰 산업



## 중국 콘텐츠 산업동향

CONTENT INDUSTRY TREND OF CHINA

2022년 11호

구분	제 목	키워드
심층이슈	IP 비즈니스로 레벨업하는 중국 웹툰 산업 1. 인포그래픽으로 본 중국 웹툰 산업 2. 웹툰 IP의 잠재력에 주목하는 중국 콘텐츠업계 3. 중국 웹툰 시장 분석 4. 중국의 웹툰 IP 개발 현황과 전망	보고서
알쓸중신	거우세쥐(狗血劇)	신조어
장르별 차트	1. 드라마 시청률 톱10 2. 예능 시청률 톱10 3. 박스오피스 톱10 4. 온라인·모바일게임 톱10 5. 음원 톱10	인기차트
센터안내	KOCCA 북경비즈니스센터 소개	시설/사업

작성 | 한국콘텐츠진흥원 북경비즈니스센터

배포 | 2022.08.02



## IP 비즈니스로 레벨업하는 중국 웹툰 산업

### ※ 요약

#### ✔ 웹툰 IP의 잠재력에 주목하는 중국 콘텐츠업계

- 최근 중국 콘텐츠업계에서 주목하는 웹툰 IP 리메이크 및 타 영역과의 연계를 통한 부가가치 창출은 2차원 산업의 발전 추세와 매우 밀접하게 연관됨
- 중국 2차원 산업(콘텐츠+파생상품)의 전체 이용자 규모는 지난 2020년에 4억 명을 돌파했으며, 2023년에는 5억 명을 돌파할 전망이다
- 2차원 산업 내에서 IP 기반 파생상품 비즈니스가 차지하는 비중은 점차 확대되고 있음. 지난 2020년 2차원 산업의 시장 규모가 1,000억 위안 규모를 돌파하는 과정에서 IP 비즈니스가 중요한 촉매제 역할을 했다고 볼 수 있음

#### ✔ 중국 웹툰 IP 개발 현황

- 최근 중국 인기 웹툰 <호요소홍량>의 드라마화 소식이 화제가 된 이후, 웹툰 또는 애니메이션 원작의 실사 드라마 제작 소식이 잇달아 전해지고 있음
- 최근 진행 중인 웹툰 IP 영상화 프로젝트의 장르는 과거에 비해 한층 더 넓어지고 있는 추세임
- 2022년 들어 3대 동영상 플랫폼에서는 잇달아 저비용 고효율을 내세우고 있으며 이는 웹툰 IP의 드라마화에도 적용됨. 중하위 수준 IP 중 상당수는 숏폼 드라마 등 새로운 형식의 포맷과 마케팅 방식에 주목하고 있음

#### ✔ 중국 웹툰 IP 전망

- 과거와 달리 발전된 2차원 IP 밸류체인이 웹툰 IP 비즈니스를 뒷받침할 전망이며, '웹소설 IP의 웹툰화'를 넘어 '웹툰 원작 IP 개발'에 집중하는 웹툰 플랫폼이 더욱 늘어나는 추세임
- 중국 웹툰 시장 진출은 타 콘텐츠 장르에 비해 해외 업체들의 진입장벽이 낮은 편이며, 중국 최대 웹툰 플랫폼 콰이칸만화에서 한국 웹툰은 눈에 띄는 성과를 거두고 있음

## I 인포그래픽으로 본 중국 웹툰 산업

### 2016-2023년 중국 2차원 산업 시장규모

- 중국 2차원 산업 시장규모는 2020년 1000억 위안에 달함
- 2차원 파생상품 시장의 급성장에 힘입어 2023년 2차원 산업 시장규모는 2000 위안을 돌파할 전망



<2016-2023년 중국 2차원 산업 시장규모>

### 2016-2023년 중국 2차원 이용자 규모 및 성장률

- 중국 2차원 산업 이용자 규모는 꾸준히 증가하고 있으며, 2023년 5억 명에 달할 것으로 전망됨



<2016-2023년 중국 2차원 이용자 규모 및 성장률>

### 2016-2023년 중국 웹툰산업 시장규모 및 성장률

- 중국 웹툰 산업 시장규모는 급성장 추세가 지속되고 있으며, 2023년 66억 위안에 달할 전망



<2016-2023년 중국 웹툰산업 시장규모 및 성장률>

\* 출처 : iResearch, Questmobile

## II 웹툰 IP의 잠재력에 주목하는 중국 콘텐츠업계

### 1 중국 2차원 산업의 발전 동력 ‘IP 비즈니스’



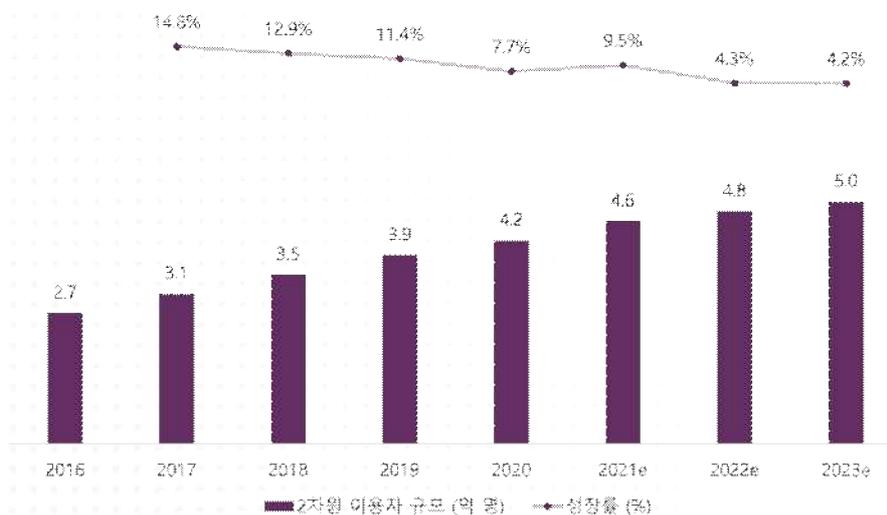
#### ☑ 중국 웹툰 산업과 2차원<sup>1)</sup> 산업

- 중국에서 웹툰 산업은 일반적으로 애니메이션, 만화·웹툰, 게임, 라이트 노벨 콘텐츠 및 이와 관련된 부가 산업을 아우르는 ‘2차원(二次元) 산업’의 범주 혹은 애니메이션과 만화·웹툰 산업을 가리키는 ‘동만(動漫) 산업’의 범주 내에서 논의됨
- 최근 중국 콘텐츠업계에서 주목하고 있는 만화·웹툰 콘텐츠의 IP 리메이크 및 타 영역과의 연계를 통한 부가가치 창출은 2차원 산업의 발전 추세와 매우 밀접하게 연관되는 부분임. 즉, 중국 웹툰 산업은 2차원 산업과 함께 IP 비즈니스라는 관점에서 살펴볼 필요가 있음

#### ☑ 2차원 산업 이용자 규모 4억 명 돌파

- 중국 2차원 산업(콘텐츠+파생상품)의 전체 이용자 규모는 지난 2020년에 4억 명을 돌파했으며, 2023년에는 5억 명을 돌파할 전망이다
- \* iResearch의 분석에 따르면 2000년대 이후에 출생한 세대의 이용자 유입이 꾸준히 이어짐에 따라 2차원 산업의 이용자 규모는 한동안 지속적으로 증가할 전망이다

<그림-01> 2016-2023년 중국 2차원 이용자 규모 및 성장률

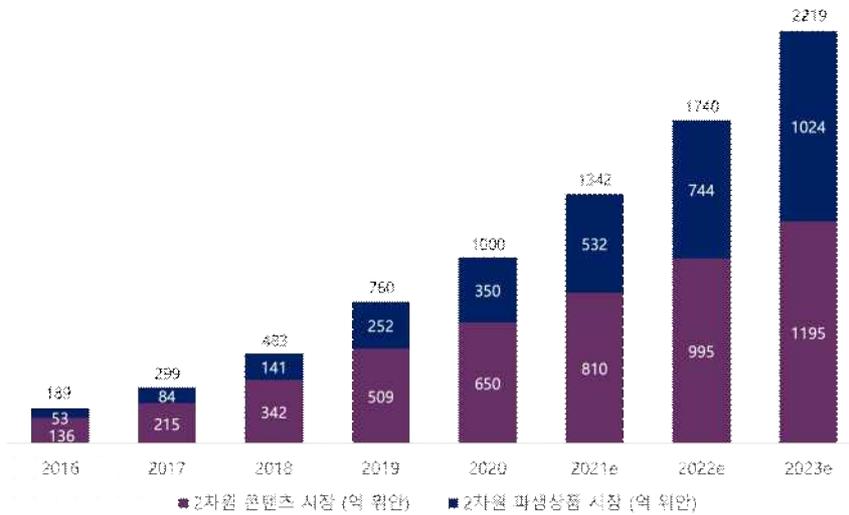


1) 2차원(二次元): 중국에서 애니메이션, 만화, 게임 등을 가리키는 말로, 일본에서 만들어진 용어를 사용하고 있음

☑ IP 비즈니스의 성장과 함께 폭발기에 접어든 중국 2차원 산업

- 중국 2차원 산업은 IP 비즈니스를 기반으로 하고 있는 아트토이, 버추얼 휴먼, 오프라인 엔터테인먼트 등과 같은 부가 산업 영역이 매우 빠르게 확장하면서 폭발적인 성장세를 보이고 있음. 업계에서는 향후 2~3년 사이에 2차원 산업이 급성장할 것으로 예측하고 있음
- 2차원 산업 내에서 IP 기반 파생상품 비즈니스가 차지하는 비중은 점차 확대되고 있음. 지난 2020년 2차원 산업의 시장 규모가 1,000억 위안 규모를 돌파하는 데 있어 IP 비즈니스가 적지 않은 촉진제 역할을 했다고 볼 수 있음

<그림-02> 2016-2023년 중국 2차원 산업 시장규모 및 성장률



☑ IP를 중심으로 리메이크되는 서로 다른 유형의 콘텐츠

- 2차원 산업의 대표적인 콘텐츠는 만화·웹툰, 애니메이션, 게임과 라이트 노벨로, 이 4가지 유형의 콘텐츠는 IP를 중심으로 다양한 리메이크가 가능함. 리메이크될 때마다 해당 IP는 더 많은 관심과 팬을 끌어모음으로써, 더 큰 상업적 가치를 창출할 가능성 또한 함께 확대됨
- 2차 창작물<sup>2)</sup>의 공유 등 IP를 둘러싼 다층적인 이용자 상호 교류는 IP의 인기를 한층 더 높이고 IP가 기존 콘텐츠 영역 안에서 가졌던 한계를 수월하게 넘어서도록 함. 2차원 IP의 가치 상승은 팬의 관심도 및 팬덤의 규모가 관건인 만큼, 2차 창작의 역할은 상당히 중요함
- \* 2차원 콘텐츠 영역 오피니언 리더들과의 제휴를 통한 광범위한 2차 창작은 IP의 영향력을 확대하기 위해 콘텐츠 업체들이 선택하는 방법 중 하나임. 이 밖에 일반 유저들의 UCC 및 2차 창작 콘텐츠 역시 IP의 인기와 가치를 상승시키는 역할을 함

2) 원작 콘텐츠를 다양한 방식으로 재해석해 만드는 창작물

2차원 산업의 신흥 IP 시장 : 아트토이, 버추얼 휴먼, 오프라인 비즈니스

- 근 몇 년 사이 MZ 세대에게 큰 인기를 끌며 중국을 휩쓴 아트토이 랜덤박스 또한 2차원 콘텐츠에 해당하는 캐릭터 IP에 기반한 부가 산업에 해당함
- 메타버스와 함께 주목받고 있는 버추얼 휴먼 영역 또한 이와 같은 2차원 문화가 일찍이 진출한 분야로써 최근 들어 더욱 관심이 집중되고 있음. 2차원 콘텐츠 플랫폼 빌리빌리는 지난 2021년 6월, “지난 1년 동안 버추얼 크리에이터 3만 명 이상이 방송을 시작했으며 이는 전년 동기 대비 40%가량 증가한 수치” 라고 발표함
- 2차원 IP와 오프라인 비즈니스 모델의 결합 또한 활발하게 나타나고 있음. 박람회나 콘서트, 뮤지컬 외에도 음식점, 테마파크, 오락실 등 기존 오프라인 비즈니스 모델과 2차원 IP의 다양한 결합이 늘어나는 추세임

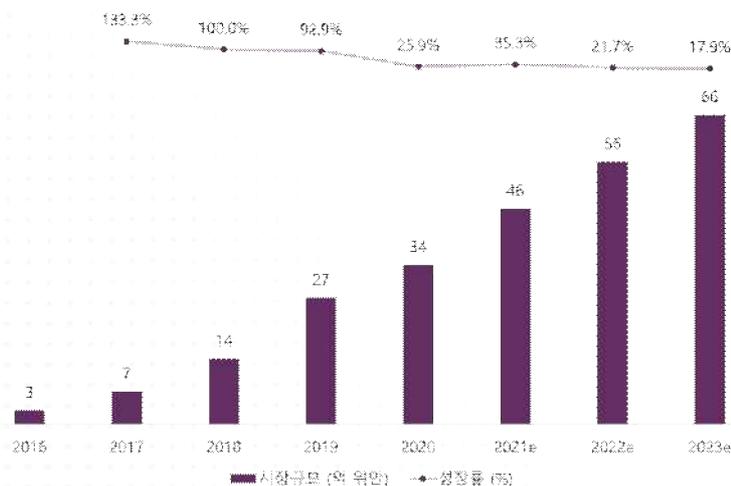
2 2차원 시장의 다크호스 ‘웹툰 IP 비즈니스’



향후 빠른 성장이 전망되는 중국 웹툰 산업

- 중국 내 웹툰 창작자 층이 보다 넓어지고 성숙해지면서 웹툰 산업 시장규모 또한 지난 2020년 34억 위안으로 성장함. 업계에서는 웹툰 시장이 향후 3년간 15% 이상의 높은 성장률을 보일 것으로 전망하고 있음

<그림-03> 2016-2023년 중국 웹툰 산업 시장규모 및 성장률



- 인기 웹툰 IP는 유료 서비스를 통한 수익 창출을 뛰어넘어, 드라마 또는 애니메이션으로 제작되면서 지속적인 가치 창출이 이루어지고 있음. 특히 MZ 세대에게 인기 높은 2차원 콘텐츠인 애니메이션 장르는 웹툰 IP와의 시너지가 가장 활발하게 발생하는 영역 중 하나임

- \* 애니메이션은 원작 IP가 또 다른 콘텐츠로 제작되거나 실물 형태의 파생상품으로 재탄생하는 등 많은 형태의 부가 산업으로 이어지게 하는 원동력으로 작용함. 중국 애니메이션 시장은 2020년 시장규모 205억 위안을 기록하며 안정적으로 성장하고 있으며, 최근에는 중국 창작 애니메이션의 퀄리티가 높아지면서 더 많은 광고 수입 및 구독료 수입을 올릴 수 있게 된 영역이기도 함
- 웹툰·애니메이션 업계는 이미 유료 서비스와 광고 마케팅, IP 라이선스라는 세 가지 모델이 모두 결합한 수익 창출 시스템을 구축함
- \* 위의 세 가지 수익 모델의 발전 배경에는 애니메이션과 웹툰을 소비하는 충성도 높은 수요층이 있음. 팬덤의 성격을 가진 이들은 주로 자신이 좋아하는 콘텐츠나 IP 파생 상품을 위해 일정 수준 이상의 금액을 지불할 의사가 있으며, 애니메이션 중간에 등장하고 있는 각종 광고 또한 기꺼이 수용한다는 특징을 갖고 있음

❖ <일인지하> : 애니메이션화 성공 사례가 보여준 웹툰 IP의 잠재력

- 다수의 젊은 독자층을 보유한 인기 웹툰 작품은 유료 구독이라는 작품 본연의 수익 모델에 더해 애니메이션화나 드라마화될 만한 거대한 잠재력을 품고 있음
- \* <2021년 신화·문화산업 IP 지수 보고서>의 ‘2019~2020년 TOP 50 IP 순위’ 중 원작 콘텐츠의 유형이 웹툰인 경우는 20%로, 웹소설(44%)에 이어 두 번째로 많은 것으로 나타남
- 즉, 웹툰 IP는 중국 시장에서 이미 상당히 중요한 오리지널 IP 공급원이 되었다고 볼 수 있음
- \* 애니메이션 제작에 성공해 미국 메이저리그(MLB)와 원난성 등과 같은 브랜드와 제휴를 맺은 웹툰 <일인지하(一人之下)> 시리즈는 웹툰 IP의 애니메이션화 및 IP 운영의 전형적인 성공사례임
- \* <일인지하>는 중국에서 가장 인기 있는 애니메이션 중 하나로, 지난 2021년 9월에 방영된 시즌4의 조회수가 1억 뷰를 넘었을 뿐 아니라, 시즌1부터 시즌3까지의 더우반<sup>3)</sup> 평점은 7.5점 이상을 유지하고 있음
- \* <일인지하>의 캐릭터 IP는 메이저리그의 홍보 대사를 맡는다거나 원난성의 기획 관광 콘텐츠에 등장하는 등의 다양한 제휴를 통해 IP 가치 확장에 적극적으로 기여하고 있음

<그림-04> 중국 인기 웹툰 IP <일인지하>(좌)와 MLB 제휴 상품



3) 중국의 콘텐츠 비평 및 토론 플랫폼 사이트. 영화, 드라마, 만화, 애니메이션, 게임 등 다양한 콘텐츠에 평점을 매기거나 평론을 올릴 수 있음

### ❖ 웹툰 원작 창작 애니메이션의 발전 추세

- 현재 중국의 창작 애니메이션은 조금씩 붐이 일어나고 있는 추세로, 어린이 콘텐츠뿐만 아닌 성인 대상의 창작 애니메이션의 소비 또한 함께 늘어나고 있는 상황
- 아직까지 중국 내 창작 애니메이션은 웹소설을 원작으로 하는 경우가 웹툰보다 많지만 웹툰 원작의 경우, 웹툰 자체가 이미 비주얼화 된 스토리보드 역할을 하기 때문에 애니메이션으로 제작할 때 신(scene) 별로 극본을 나누어 구성하는 작업을 생략할 수 있다는 강점을 지니고 있음. 또한, 각색할 여지가 웹소설에 비해 상대적으로 적어 보다 더 원작에 근접하게 제작될 수 있기 때문에 원작 팬들의 호응을 얻는 것 또한 비교적 수월함

## III 중국 웹툰 시장 분석

### 1 중국 웹툰 시장의 발전 과정



- 2009년, 중국 최초로 창작 만화의 온라인 구독을 메인 서비스로 하는 인터넷 사이트 ‘유야오치(有妖气)’가 정식으로 선을 보임. ‘유야오치’는 한동안 웹툰 사이트의 선두주자로서 콘텐츠의 오리지널리티와 저작권 의식의 규범화를 이끌었음
- 2012년에는 중국 최초의 웹툰 APP인 ‘유야오치만화(有妖气漫画)’가 출시되고, 훗날 웹툰 플랫폼의 거두가 되는 ‘텐센트동만(腾讯动漫)’이 론칭함
- 이후 스마트폰 이용자가 증가하면서 웹툰을 보는 데 사용하는 디바이스도 PC에서 모바일로 점차 바뀌어 가기 시작했고, 웹툰의 인기가 갈수록 높아지자 2014년과 2015년에는 웹툰 플랫폼이 줄지어 출시됨
  - \* 2014년 4월에는 ‘부카만화(布卡漫画)’, 10월에는 ‘아이동만(爱动漫)’, 12월에는 ‘콰이칸만화(快看漫画)’가 출시됨
  - \* 2015년 3월에는 ‘만화런(漫画人)’, ‘만만만화(漫漫漫画)’, 4월에는 ‘미구동만(咪咕动漫)’, 7월에는 ‘왕이만화(网易漫画)’가 출시됨
- 2018년 12월에는 2차원 콘텐츠 플랫폼 빌리빌리가 대량의 웹툰 IP를 보유한 왕이만화를 인수해 ‘빌리빌리만화(哔哩哔哩漫画)’를 론칭하면서 웹툰 시장에 진입함
- 2019년 상반기에는 플래시 웹툰이 전년 대비 대폭 늘어나는 등 기술 발전에 따른 새로운 형태의 웹툰 콘텐츠가 빠르게 제작되고 유통되는 양상이 나타남. 또한, VR, AR 기술 등 다양한 응용 기술이 웹툰 콘텐츠에 접목되어 MZ 세대의 차별화된 엔터테인먼트 체험에 대한 수요에 부응함
- 현재 중국의 웹툰 시장은 MZ 세대를 주요 타겟으로 하여 발전하고 있으며, 이로 인해 플랫폼

에서 주로 서비스하는 웹툰들은 회차당 분량, 즉, 컷 수가 30~50 컷 전후로 한국 웹툰에 비해 상대적으로 적은 양으로 서비스되고 있음

- \* 짧은 분량으로 여러 회차의 콘텐츠를 제작하는 것은 콘텐츠를 빠르고 가볍게 소비하기를 선호하는 MZ 세대 독자를 주요 타겟으로 하는 중국 웹툰 플랫폼들의 전략이라고 할 수 있음

## 2 중국 웹툰 시장의 주요 플랫폼



### ☑ 콰이칸만화

- 2014 년에 설립된 콰이칸만화는 APP 출시 3 년 만에 중국 내 웹툰 플랫폼 선두주자로 자리 잡았으며, 현재 시장점유율 50% 이상을 차지하고 있는 중국 최대 웹툰 플랫폼임
- \* 2022년 3월 기준, 누적 사용자 수는 3억 4천만 명, 월간 활성 이용자 수는 5천 명 이상을 기록함
- \* 2020년 말에 QUESTMOBILE에서 발표한 통계자료에 따르면, 5,000여 명의 작가가 8,000편 이상의 웹툰을 투고했으며, 제휴 중인 콘텐츠 제공업체는 200여 곳으로 중국 국내 웹툰 및 한국과 일본의 웹툰도 서비스하고 있음
- \* 2021년 콰이칸만화는 텐센트와 윈스토어 등으로부터 2억 4천만 달러를 투자 유치하여, 중국 만화·웹툰 산업 역대 최고 기록을 세움
- \* 콰이칸만화는 2017년 1월에 게임 콘텐츠를 출시하고, 2018년 말에는 애니메이션 분야에 투자하는 등 2차원 콘텐츠 사업 영역을 확장함. 최근에는 웹툰 창작과 드라마화에 각각 10억 위안을 지원하겠다는 ‘쌍십억 계획’ 을 발표하기도 함
- 콰이칸만화는 ‘IP 와 커뮤니티의 결합’ 을 브랜드의 핵심 전략으로 삼으며, 오리지널 IP 의 창작과 육성을 중시함
- \* 콰이칸만화는 웹툰 IP 개발에 지속적인 노력을 기울이고 있음. 콰이칸만화는 중국에서 웹툰 IP가 웹소설 IP에 비해 상대적으로 주목받지 못하던 때에 일찍이 웹툰의 영상화에 도전하기 시작했고, 공식적으로 IP 개발을 위해 투자할 계획임을 밝히기도 함. 대표적인 사례로는 코믹 일상툰 <우리 오빠 좀 데려가(快把我哥带走)>의 영상화 프로젝트가 2016년에 시작되어 2018년에 극장 개봉함. 이 영화는 4,000만 위안의 제작비를 들여 3억 7,500만 위안의 박스오피스를 기록하는 성과를 거두었으며, 당시 중국 웹툰 IP 영상화의 가능성을 보여주는 작품 중 하나라는 평가를 받았음. 이 작품은 영화뿐 아니라 도서, 애니메이션, 웹드라마로도 제작되기도 함
- \* 콰이칸만화는 중국 웹툰 플랫폼들 중 APP 내 커뮤니티 기능이 가장 활성화되어 있다는 평가를 받음. 콰이칸 커뮤니티에서는 이용자 간의 자유로운 커뮤니케이션이 가능하고 2차 창작물의 공유도 활발함. 웹툰에 더빙을 입힌 콘텐츠, 코스프레 사진, 각색 버전의 스토리, 채팅형 웹소설 콘텐츠 등 다양한 유형의 2차 창작물이 생산되고 공유되고 있으며, 이처럼 활성화된 커뮤니티 기능은 콰이칸만화의 이용자들이 다른 플랫폼으로 이탈하지 않도록 하는 강력한 락인 효과를 만들어내고 있음
- 중국 웹툰 시장의 주요 이용자인 MZ 세대의 호응을 받고 있음
- \* 콰이칸만화 APP 이용자의 연령대는 25세 이하 이용자의 비중이 무려 73.9%에 달함. 중국 웹툰

APP 이용자 중 25세 이하 이용자 비중이 65.8%라는 점과 비교했을 때, 콰이칸만화의 MZ 세대 이용자 비중은 평균보다 높게 나타남

- 콰이칸만화는 IP 라이선싱 비즈니스를 적극 추진하고 있음
- \* 콰이칸만화는 세로형 라이트 애니메이션 제작 및 웹툰 IP 기반 다양한 OSMU 사업을 비롯하여 마케팅 라이선싱, 테마 라이선싱, 제품 라이선싱, 패키지 라이선싱, 프로모션 라이선싱, 굿즈 라이선싱 등 다양한 라이선싱 관련 사업을 진행하고 있음. 이와 관련하여 라이선싱 사업자에게 맞춤형 상담 서비스를 제공하는 전담팀을 마련했을 뿐 아니라, 최근 라이선싱 사업자가 자신의 수요에 맞게 추천되는 IP의 그래픽을 조회하며 맞춤형 IP를 선택할 수 있는 ‘IP 라이선싱 그래픽 조회시스템’을 도입함

### ☑ 텐센트동만

- 2012년 설립된 텐센트 산하의 유료 웹툰 플랫폼인 ‘텐센트동만’은 2015년에 ‘텐센트동만’ APP을 출시하며 빠르게 성장한 중국 최대 규모의 웹툰 플랫폼 중 하나로, 웹툰 및 애니메이션 IP를 육성해 라이선스 가치를 증대시키는 것을 목표로 하고 있음
- \* 텐센트동만은 텐센트의 유저 규모와 텐센트 인터랙티브 엔터테인먼트 사업부(IEG)의 영향력을 바탕으로 창작 웹툰 육성에 많은 투자를 하고 있음. 일본에서 영향력이 큰 만화 잡지 발행사인 가도카와 쇼텐, 슈에이샤 등과 제휴해 500편 이상의 일본 만화 작품을 수입해 콘텐츠를 확장함
- \* 텐센트동만의 2021년 월평균 월 활성 회원 수는 800만 명으로, 5만여 명의 만화가들이 플랫폼에 투고하였고 그중 계약을 맺은 만화 작품만 6,000편 이상임
- 텐센트동만 내의 주요 콘텐츠 카테고리로는 웹툰, 애니메이션, 라이트 노벨, 서클(커뮤니티)이 있으며 이 4종의 카테고리 안에서 콘텐츠가 겹치기도 함
- \* 애니메이션은 텐센트 자체 제작 IP를 애니메이션으로 만든 작품이 주를 이룸. 웹툰 IP를 애니메이션으로 제작한 작품이 24편 이상이며, 그중 일부는 일본으로 수출되어 방영되기도 함. ‘서클’은 콰이칸 만화의 ‘커뮤니티’와 비슷한 개념으로 유저들의 커뮤니케이션 공간임
- 텐센트동만의 웹툰 인기 순위 상위권을 차지한 작품들은 주로 고전물이나 판타지, 모험 장르의 작품이며, 로맨스, BL, 학원물 장르는 타 장르에 비해 상대적으로 순위가 낮은 편이라고 할 수 있음

### ☑ 빌리빌리만화

- 2018년 11월 출시된 유료 웹툰 APP ‘빌리빌리만화’는 2차원 콘텐츠 커뮤니티이자 동영상 플랫폼인 빌리빌리의 1억 7,200만 명에 달하는 월 활성화 유저를 기반으로 우수한 중국 창작 만화 콘텐츠 제작에 주력하고 있음
- 빌리빌리만화는 초반에 왕이만화, 유야오치 등 인기 웹툰 플랫폼을 잇달아 인수하면서 ACG 콘텐츠 생태계의 기반을 구축함
- \* 현재 왕이만화는 기존에 보유하고 있던 콘텐츠를 포함해 1만 2,000편 이상의 웹툰 작품을 보유하

고 있으며, 그중 일본, 한국, 유럽 등 여러 지역의 작품 1,000여 편도 포함되어 있음. 또한, 1,000명 이상의 웹툰 작가와 계약을 맺고 있음

- 빌리빌리만화의 콘텐츠는 전체적으로 다른 웹툰 플랫폼에 비해 그림이나 영상의 형식미 중심의 기교가 뛰어나고 화려한 화풍의 작품이 많은 편임
- \* 빌리빌리만화에서는 작화가 뛰어난 웹툰 작품들이 다른 주류 웹툰 플랫폼에서의 순위와 비교했을 때 확연히 더 높은 순위에 오름
- \* 중국 만화가 STARember가 집필하고 바이멍서(白梦社)<sup>4)</sup>에서 출판한 소설 원작의 만화 <천관사복(天官赐福)>이나 타이완 만화가 사다(夏达)의 <보천가(步天歌)>, <습유록(拾遗录)>, 이찬샤오허상(一禅小和尚)의 애니메이션 <일선소화상(一禅小和尚)>, 베이징 휘산 영화(火山映画)에서 출판한 <왕형이형몰완몰료적고사(王兄李兄没完没了的故事)>, <고독적소상(孤独的小象)> 등이 빌리빌리에서 주목 받은 작화가 뛰어난 작품의 예라고 할 수 있음
- 빌리빌리만화의 인기 순위 상위권에는 판타지, 모험, 로맨스, 코믹 장르의 작품들이 주로 포진됨

<그림-05> 중국 웹툰 <천관사복>



### 3 중국 웹툰 시장에서 한국 웹툰의 인기는? >>>

- 중국 최대 웹툰 플랫폼인 콰이칸만화를 중심으로 살펴보면, 한국 웹툰은 중국 웹툰 독자들 사이에서 상당히 높은 인기를 누리고 있음

4) 중국의 만화 제작팀

- \* 최근 콰이칸만화 주간·월간 인기 순위 TOP10 순위에서 한국 웹툰은 최소 2~3편 이상 포함됨
- \* 한국 웹툰은 인기가 높은 만큼, 유료 열람 비중 또한 높아 콰이칸만화의 수익을 더욱 증대시키는 효과 콘텐츠 노릇을 하고 있음
- \* 7월 25일 기준, '콰이칸만화 웹툰 베스트셀러 순위' 를 살펴보면, 인기 한국 웹툰 <나 혼자만 레벨업>이 2위에 올라 있음

<그림-06> 콰이칸만화 웹툰 베스트셀러 순위 (2022년 7월 25일)

<그림-07> 콰이칸만화 <나 혼자만 레벨업> 서비스 화면 캡처

- 콰이칸만화는 최근 한국 웹툰 IP <어느 날 공주가 되어버렸다>의 애니메이션화 프로젝트를 공식 발표하기도 함
- \* 지난 7월 16일, 콰이칸만화는 플랫폼에서 큰 인기를 끌었던 <어느 날 공주가 되어버렸다>의 애니

메이션 제작을 공식 발표함. 한국의 로맨스 판타지 웹소설이자 이후 웹툰으로 제작된 <어느 날 공주가 되어버렸다>는 한국은 물론이고 중국에서도 대히트를 기록한 인기 작품임

- 콰이칸만화는 주로 네이버와 카카오의 전속계약으로부터 자유로운 한국 웹툰 제작사와 관련 계약을 맺고 있는데 대표적으로 D&C 미디어, 투유드림, 오렌지디, 코미코 등을 들 수 있음

<그림-08> 콰이칸만화 <어느 날 공주가 되어버렸다> 서비스 화면 캡처



## IV 중국의 웹툰 IP 개발 현황과 전망

### 1 중국 웹툰 IP 각색 현황

#### ✔ 다시 시작된 웹툰 IP 영상화 움직임

- 최근 중국 인기 웹툰 <호요소홍랑(狐妖小红娘)>의 드라마화 소식이 화제가 된 이후, 웹툰 또는 애니메이션 원작의 실사 드라마 제작 소식이 잇달아 전해지고 있음
- 지난 2016 년, 애니메이션을 각색한 실사극 <화강호지불량인(画江湖之不良人)>이 기대 이상의 인기를 모으면서 애니메이션과 함께 웹툰 IP 각색에 업계의 관심이 집중됐지만, 그 후 4 년간 다양한 장르에서 시도된 여러 규모의 작품 중 시청자를 만족시킨 사례는 거의 없었음
- 2020 년, 일본 만화 <고스트 바둑왕>을 원작으로 제작된 중국판 실사 드라마 <기혼(棋魂)>이 좋은 반응을 얻었고, 다시 2 년이 흐른 최근에 들어서야 웹툰·애니메이션 IP 의 영상화 소식들이 전해지고 있는 상황임

#### ✔ 웹툰·애니메이션 IP 각색 장르의 다양화

- 과거 오랜 기간 동안 웹툰·애니메이션 원작 드라마의 주요 장르는 판타지, 로맨스, 학원물, 청춘물 등이었으나, 최근 진행 중인 프로젝트를 살펴보면 장르가 과거에 비해 한층 더 넓어졌음을 알 수 있음. 아래 표에서 볼 수 있듯이 판타지 모험극, 무협 미스터리, 탐정물 등과

5) 일본 만화 <고스트 바둑왕>을 원작으로 한 애니메이션

함께 근래 주목받고 있는 여성 성장 스토리에 이르기까지 다양한 장르가 포함되어 있음

[표-01] 2022년 진행 중인 웹툰·애니메이션 영상화 프로젝트

	드라마 제목	원작 제목	장르	주연 배우
크랭크업	이인지하 (异人之下)	일인지하 (一人之下)	판타지 모험극	펑위창(彭昱畅) 허우밍하오(侯明昊)
	남연재필록 (南烟斋笔录)	남연재필록 (南烟斋笔录)	로맨스 시대극	류이페이(刘亦菲) 징보란(井柏然)
	소년가행 (少年歌行)	소년가행 (少年歌行)	무협 사극	리홍이(李宏毅) 류쉐이(刘学义)
	연산파여백화문 (燕山派与白花门)	연산파여백화문 (燕山派与白花门)	무협 사극	팡이룬(方逸伦) 류링쯔(刘令姿)
	호학요사록 (虎鹤妖师录)	호 X 학요사록 (虎 X 鹤妖师录)	미스터리 사극	장룽(蒋龙) 장링허(张凌赫)
	월간소녀 (月刊少女) <sup>6)</sup>	월간소녀 야기군 (月刊少女野崎君) <sup>7)</sup>	현대 로맨스	션웨이(沈月) 왕징쉬안(王敬轩)
	절배소심당 (绝配酥心唐)	아피총재흑상료 (我被总裁黑上了)	현대 로맨스	왕이진(王艺瑾) 덩카이(邓凯)
	양불의 (两不疑)	양불의 (两不疑)	판타지 로맨스	송옌페이(宋妍霏) 장하오웨이(张昊唯)
기획 단계	이과생추입정망 (理科生坠入情网)	이과생추입정망, 고상시증명 (理科生坠入情网, 故尝试证明)	현대 로맨스	우자이(吴佳怡) 류이창(刘奕畅)
	영롱 (灵笼)	영롱 (灵笼)	판타지 모험	
	호요소홍랑 (狐妖小红娘)	호요소홍랑 (狐妖小红娘)	판타지 로맨스	
	시광대리인 (时光代理人)	시광대리인 (时光代理人)	판타지 미스터리	
	풍령옥수 (风灵玉秀)	풍령옥수 (风灵玉秀)	무협 사극	
	대리시소경유 (大理寺少卿游)	대리시일지 (大理寺日志)	탐정 사극	
	나나 (娜娜)	NANA	여성 성장	
	소년백마취춘풍 (少年白马醉春风)	소년백마취춘풍 (少年白马醉春风)	무협 사극	
	채운국물어 (彩云国物语)	채운국물어 (彩云国物语) <sup>8)</sup>	코믹 사극	

- 이처럼 다양한 장르의 영상화 시도가 이어지고 있는 것은 지난 2016 년의 <화강호지불량인>의 흥행 성공 이후, 온갖 장르의 웹툰·애니메이션의 드라마화 프로젝트가 연이어 쏟아지던 2017 년 무렵과 비슷한 양상인 것처럼 보임

6) 중국 바이두 백과에 의하면 2022년 5월 제목을 <개화! 소녀만(开画! 少女漫)>으로 변경하였음

7) 원작은 일본 만화 <월간 순정 노자키군>

8) 원작은 일본 라이트 노벨 <채운국 이야기>

- \* 2017년 무렵에는 웹툰 IP의 운영 경험이 미숙하고 업계에 거품이 심했던 탓에 해당 시기에 나왔던 작품들은 대부분 시청자를 만족시키지 못했고, 심지어 기획이나 제작과정에서 중도 무산된 프로젝트도 적지 않았음. 방영된 작품들 역시 중소 규모의 투자로 만들어진 웹드라마가 많았으며, 지명도 낮은 신인 배우들을 기용한 까닭에 비록 상대적으로 리스크가 적고 투자 대비 효율은 높았으나 대중의 관심을 끄는 데에는 많은 한계가 있었음. 결국 이 시기에 웹툰, 애니메이션을 원작으로 한 드라마는 마니아층만 보는 작품이 되어버렸음
- \* 비록 결과적으로는 당시 인기를 얻은 작품은 극소수였으나 창작자들은 웹툰·애니메이션 IP의 거대한 잠재력을 인지하게 되었다고 할 수 있음
- 현재 다양한 장르의 영상화 프로젝트들이 쏟아져 나오고 있는 것은 언뜻 보기에는 과거 2017년 당시와 비슷하게 보일 수도 있으나, 위 표의 기획 단계에 있는 프로젝트들은 그 규모와 형식만 보더라도 과거 2017년 당시와는 실제적으로 많은 차이가 있음

### ❖ 웹툰 IP 각색도 ‘저비용 고효율’, 탑 티어 IP 프로젝트에 자원 집중

- 2022년 들어 3대 동영상 플랫폼<sup>9)</sup>에서는 잇달아 저비용 고효율을 내세우고 있음. 투자 대비 수익률이 낮은 중간 수준의 작품의 생존 공간은 점점 축소되고, 동영상 플랫폼들은 공통적으로 상위 그룹 콘텐츠 또는 투자 대비 수익률이 높은 작품들을 선택하는 추세임. 이는 웹툰 IP의 드라마화에도 적용됨
- 위의 표에서 이미 크랭크업 한 작품들에 비해 기획 단계에 있는 프로젝트들은 중요도가 훨씬 높은 작품들임. <호요소홍량>, <대리시소경유>, <이인지하>, <영룡> 등의 원작은 모두 탑 티어 IP임
- \* 이 프로젝트들의 제작진과 출연진 역시 2017년 당시에 비해 급이 높아짐. <이인지하>는 쉬홍위(许宏宇) 감독이 연출을 맡고 인기 배우인 평위창과 허우밍하오가 주연을 맡음. <호요소홍량>은 ‘월홍편’, ‘죽업(竹业)편’, ‘왕권편’의 3부로 나누어 찍는데 소식에 따르면 월홍편은 탑배우 양미(杨幂)와 궁진(龚俊)이 주연을 맡을 예정임

### ❖ 숏폼 드라마는 과연 중하위 웹툰 IP의 새로운 돌파구가 될 수 있을까?

- 업계에서 ‘저비용 고효율’이 추구되면서 중하위 수준 IP 중 상당수는 숏폼 드라마 등 새로운 형식의 포맷과 마케팅 방식에 주목하고 있음
- \* 2019년, 텐센트동만은 텐센트웨이시(微视)<sup>10)</sup>와 함께 중국 최초의 웹툰 실사화 세로형 숏폼 드라마인 <통령비(通灵妃)>를 제작해 온라인 조회수 10억 뷰를 달성함. 텐센트동만은 그 이후에도 회당 5분 분량의 숏폼 드라마 <사형청안극본래(师兄请按剧本来)>를 제작하고, <개국일좌산(开局一座山)>, <요괴주관(妖怪酒馆)> 등의 숏폼 애니메이션 출품에 참여함. 이러한 형태의 프로젝트는 중하위 IP의 창작 트렌드로 자리 잡을 가능성이 매우 다분함
- 투자에 한계가 있고 규모가 크지 않은 대다수의 중소형 웹툰 원작 각색의 경우, 제작 주기가

9) 일반적으로 유쿠동영상(优酷视频), 아이치이(爱奇艺), 텐센트비디오(腾讯视频)를 지칭함

10) 텐센트에서 출시한 동영상 콘텐츠 플랫폼

짧고 투자액이 적으며 리스크도 작아 빠른 수익화가 가능한 숏폼 드라마가 저비용 고효율 시대의 돌파구가 될 수 있다는 전망임

## 2 중국 웹툰 IP를 둘러싼 최신 트렌드

>>>

### ✔ 동영상 플랫폼들의 웹툰 IP 연계 비즈니스 추진

- 웹툰 IP에 대한 업계의 관심이 높아지면서 동영상 플랫폼들 또한 플랫폼 생태계의 자원을 효과적으로 이용하여 애니메이션, 게임, 소설, 드라마 및 영화, 예능 등을 긴밀히 연계한 IP 비즈니스를 추진하고 있음
- \* 텐센트동만은 신리미디어(新丽传媒), 웨원미디어(阅文影视)와 손을 잡고 드라마와 웹소설, 애니메이션의 심층적인 결합을 추진해 IP의 가치를 다각도로 발굴하고 작품의 수익성을 올리기로 함
- \* 아이치이는 웹툰 IP 육성 프로젝트인 '창궁 프로젝트'를 실시해 웹툰 콘텐츠를 웹드라마나 웹영화와 연동함. '창궁 프로젝트'는 현재 이미 제6기에 들어섬
- \* 유쿠는 애니메이션의 힘을 빌려 IP를 업그레이드할 수 있는 경로를 지속적으로 모색 중으로, '웹툰-무빙툰-애니메이션-숏폼 드라마/영화/웹드라마'로 이어지는 IP 육성 루트를 구축하고 있음

### ✔ IP 가치 최대화를 위한 다양한 시도가 이어지는 중

- 웹툰 IP의 활용도를 최대한 끌어올리고 IP의 가치를 높이기 위해 기획 단계에서부터 시리즈화, 유니버설화를 목표로 하는 경우가 늘어나고 있음. 나아가 웹툰 IP와 해당 IP를 기반으로 한 드라마 또는 애니메이션을 동시에 제작하는 경우도 적지 않음
- \* <호요소홍량>을 실사화한 드라마는 '월홍 편', '왕권 편', '죽업 편' 3편으로 된 시리즈로 제작될 예정으로, 이는 완전한 '호요소홍량 시리즈 유니버스'를 조성함
- \* 아이치이에서는 웹툰 <지호배반지구료(只好背叛地球了)>의 드라마 판과 애니메이션 판을 동시에 제작해 드라마와 애니메이션은 2020년과 2021년에 각각 시장에 나와 IP의 영향력을 극대화함
- \* 2022년 방영 예정인 선협 드라마 <창란결(苍兰诀)>은 동명의 웹툰이 2021년에 나왔고, 동명의 S급 애니메이션이 제작 중임
- IP의 세계관으로 연결된 트랜스미디어<sup>11)</sup> 창작 모델도 시도되고 있음
- \* 웹소설 원작의 <풍기낙양(风起洛阳)> IP의 경우, 아이치이는 이 작품을 만화, 드라마, 예능, 애니메이션 등 12개 분야로 세분화해 제작했는데, 주목할 부분은 <풍기낙양>이 애니메이션과 드라마라는 서로 다른 콘텐츠 간에 내용을 1:1로 일치시키는 것이 아니라 내용적으로 상호 보완되도록 제작했다는 점임
- \* 드라마 <풍기낙양>이 방영되고 보름 후 애니메이션 <풍기낙양지신기소년(风起洛阳之神机少年)>이 방영되었는데 애니메이션은 드라마 시점의 14년 전 이야기를 다루며, 드라마에서는 간접적으로만

11) 미디어 간의 경계선을 넘어 서로 결합·융합되는 현상을 가리킴. '초월'을 의미하는 트랜스(trans)와 '매체'를 의미하는 미디어(media)를 합성한 용어

- 언급되던 인물이 애니메이션의 주인공으로 등장해 드라마 시점 이전의 사연을 풀어냄
- 웹툰 IP 를 드라마로 제작하는 것이 아니라, 반대로 드라마 스토리를 바탕으로 웹툰을 제작해 드라마 홍보에 활용하는 시도도 나오고 있음
- \* 2021년부터 환우미디어(欢娱影视)와 콰이칸만화가 합작해 드라마 <상식(尚食)>과 <쌍경(双镜)>을 동명의 만화로 제작해 방영 기간에 맞춰 콰이칸만화 플랫폼에서 공개함. 드라마가 진행됨에 따라 콰이칸만화도 이에 발맞춰 커뮤니티에 작품과 관련된 2차 창작물 공모 등의 이벤트를 진행함

### 3 중국 웹툰 IP 전망



#### ✔ 발전된 2 차원 IP 밸류체인이 웹툰 IP 비즈니스 뒷받침할 전망

- 2015 년 무렵부터 중국 2 차원 산업은 폭발적으로 성장했으나 초기에는 IP 운영 및 각색에 있어서 체계적인 시스템이 미비한 상태에서 IP 각색 프로젝트들이 진행되었음. 그러나 현재는 업스트림부터 다운스트림에 이르기까지 다양한 관련 비즈니스가 어느 정도 본궤도에 오른 상황으로, 향후 웹툰 등 2 차원 IP 각색 프로젝트는 성공 사례가 거의 없었던 과거에 비하면 매우 그 흥행 가능성이 높아졌다고 볼 수 있음

#### ✔ ‘웹소설 IP 의 웹툰화’ 넘어 ‘웹툰 원작 IP 개발’ 에 집중하는 웹툰 플랫폼

- 몇 년 전만 해도 중국 웹툰 업계는 인기 웹소설 IP 를 웹툰화 하는 경우가 많았음. 이 방식의 장점은 각색의 효율이 높고, 자본이 적게 들면서도 성공률은 높다는 데 있었으나, 웹툰 산업의 장기적인 발전에는 그다지 도움이 되지 않는다는 분명한 한계가 있었음
- 근래에는 각 플랫폼에서 인센티브 제도와 지원 방안을 마련하는 등 웹툰 원작 IP 개발에 적극 나서고 있으며, 이에 따라 우수한 퀄리티의 창작 웹툰이 점점 늘어나는 추세임

#### ✔ 중국 웹툰 시장 진출, 타 콘텐츠에 비해 진입장벽 낮아

- 드라마, 게임 등과 달리 웹툰은 중국 정부의 심의 절차가 까다롭지 않으며, 일반적으로 웹툰 플랫폼이 자체 심의를 통해 연재 여부를 결정하고 있음. 따라서 한국 웹툰 업체의 중국 시장 진입장벽은 다른 영역의 콘텐츠들에 비해 상대적으로 낮다고 할 수 있음
- 웹툰뿐만 아니라 IP 영상화, 완구 제작 등 머천다이징을 통한 부가 수익 창출에 있어 한중 업체 모두 상호 윈윈할 수 있는 방안을 적극적으로 모색할 필요가 있음



## 알쓸중신 (알아두면 쓸모있는 중국 신조어)



- '거우세쥐(狗血剧, gǒu xiě jù)'는 막장 드라마를 가리키는 말로 드라마를 의미하는 '극(剧)'이라는 단어 앞에 '매우 어이없고 황당하다'는 뜻의 인터넷 신조어 '거우세(狗血, gǒu xiě)'라는 단어가 붙어 '막장 드라마'로 쓰임
- 우리나라에서와 마찬가지로 이 '거우세쥐(狗血剧 gǒu xiě jù)'는 선정적이고 과도한 연출과 과장된 연기, 지나친 클리셰의 반복 등의 특징을 가진 드라마를 가리킴
- '거우세쥐(狗血剧, gǒu xiě jù)'는 과거 한국 드라마에 대한 중국 네티즌들의 반응에서 유래하였으며, 현재도 특정 유형의 드라마를 가리키는 말로 꾸준히 사용되고 있으며 이와 같은 '거우세쥐(狗血剧, gǒu xiě jù)'에 대한 팬덤도 형성되어 있음. 한국 드라마 <펜트하우스> 시리즈 등은 한한령 이후에도 중국의 한국 드라마 팬들에게 막장 드라마로 불리며 인기를 끌었음

### 거우세쥐(狗血剧, gǒu xiě jù)



- 또, 중국에서는 '시간을 때우는 드라마'라는 의미에서 가벼운 소재의 시트콤이나 막장 드라마 등을 '페이짜오쥐(肥皂剧, féi zào jù)'라고 부름
- 이는 영어에서 유래한 단어로, 과거 주로 낮에 방영되던 주부 대상의 가정사를 다루는 연속극 스타일의 드라마를 'soap opera'라고 불렀는데, 이 어원을 따라 중국에서도 소위 우리나라의 '아침 드라마' 같은 드라마를 'soap opera'를 번역하여 '비누 드라마', 즉, 페이짜오쥐(肥皂剧, féi zào jù)'라고 부름



## 장르별 차트

### 작성순서

1. 드라마 시청률 톱10
2. 예능 시청률 톱10
3. 박스오피스 톱10
4. 온라인·모바일게임 톱10
5. 음원 톱10

누구나 콘텐츠로 일상을 풍요롭게

KOCCA

## I 드라마 시청률 톱10

2022년 7월 셋째 주(7.16.~7.22.) 황금시간대 드라마 시청률 톱10

순위	프로그램	편수	방송국	시청률(%)
1	고산청거 (高山清渠)	1-14 편	CCTV-1	1.372%
2	호타아녀 (滹沱儿女)	10-28 편	CCTV-8	1.039%
3	행복도만가 (幸福到万家)	33-40 편	동방위성	1.022%
4	천재기본법 (天才基本法)	1-2 편	CCTV-8	0.833%
5	인세간 (人世间)	26-36 편	CCTV-8	0.789%
6	행복도만가 (幸福到万家)	33-40 편	북경위성	0.741%
7	소년파 2 (少年派 2)	1-3 편	호남위성	0.495%
8	경찰영예 (警察荣誉)	1-5 편	동방위성	0.472%
9	경찰영예 (警察荣誉)	1-5 편	북경위성	0.381%
10	우견최찬적니 (遇见璀璨的你)	45-46 편	호남위성	0.326%

\* 황금시간대 : 중국시간 19:30-21:50

\* 출처 : 중국시청데이터(中国视听大数据) 위챗 공식계정

## II 예능 시청률 톱10

2022년 7월 둘째 주(7.4~7.10.) 예능 시청률 톱10

순위	프로그램	방송국	시청률(%)
1	달려라 (奔跑吧)	절강위성	3.44%
2	향왕적생활 바다편 (向往的生活 大海篇)	호남위성	2.55%
3	극한도전 (极限挑战)	동방위성	2.12%
4	개파정경희극 (开播情景喜剧)	동방위성	1.84%
5	복면무왕 (蒙面舞王)	강소위성	1.83%
6	두근두근 스위치 (非诚勿扰)	강소위성	1.82%
7	중국혼례아적여아출가료 (中国婚礼我的女儿出嫁了)	호남위성	1.55%
8	화아여소년 캠핑편 (花儿与少年露营季)	호남위성	1.42%
9	섬섬발광적니 (闪闪发光的你)	강소위성	1.28%
10	추성성적인 (追星星的人)	절강위성	1.10%

\* 출처 : 중국시청데이터(中国视听大数据) 위챗 공식계정

## III 박스오피스 톱10

2022년 7월 넷째 주(7.25~7.31.) 박스오피스 톱10

순위	프로그램	개봉일	주간 수익(만 위안)
1	Moon Man (独行月球)	7.29.	99456.66
2	Detective VS. Sleuths (神探大战)	7.8.	8121.81
3	Lighting Up the Stars (人生大事)	6.24.	7217.51
4	Mozart from Space (外太空的莫扎特)	7.15.	2361.95
5	쥬라기 월드: 도미니언 (侏罗纪世界 3)	6.10.	1399.86
6	KAKA (迷你世界之觉醒)	7.30.	990.20
7	Crazy Kwai Bao Sanxingdui Spirited Away (疯了!桂宝之三星夺宝)	7.29.	712.61
8	Love Can't be Said (一直一直都很喜欢你)	7.22.	686.16
9	My Little Pony: Friendship is Magic (小马宝莉)	7.30.	539.28
10	Octonauts and the Caves of Sac Actun (海底小纵队:洞穴大冒险)	7.9.	522.79

\* 출처 : 등타전문가버전(灯塔专业版)

## IV 온라인·모바일게임 톱10

2022년 7월 넷째 주(7.25.~7.31.) 온라인·모바일게임 톱10

순위	온라인게임		모바일 게임	
1	던전앤파이터	地下城与勇士	천룡팔부	天龙八部手游
2	World of Warcraft	魔兽世界	하스스톤	炉石传说
3	몽환서유	梦幻西游	전투파검령	战斗吧剑灵
4	Path of Exile	流放之路	Game For Peace	和平精英
5	원신	原神	구음	九阴
6	신천룡팔부	新天龙八部	메이플스토리 모바일	冒险岛手游
7	LOL	英雄联盟	삼국지 전략판	三国志·战略版
8	검망 3	剑网3	천애명월도	天涯明月刀手游
9	Guild Wars 2	激战2	타워오브판타지	幻塔
10	Cross Gate	魔力宝贝	라그나로크 온라인	仙境传说 RO

\* 출처 : 17173

## V 음원 톱10

2022년 7월 넷째 주(7.25.~7.31.) 음원 톱10

순위	곡명	아티스트
1	필살기 (必杀技)	고거기 (古巨基)
2	소성하천 (小城夏天)	LBI 리비 (LBI 利比)
3	절배 (绝配)	시대소년단 (时代少年团)
4	고용자 (孤勇者)	진혁신 (陈奕迅)
5	Letting Go	채건아 (蔡健雅)
6	재니적신변 (在你的身边)	성철 (盛哲)
7	편애 (偏爱)	장운경 (张芸京)
8	Hug me	채서곤 (蔡徐坤)
9	마마적화 (妈妈的话)	Zyboy 충우 (Zyboy 忠宇)
10	대니셜 (对你说)	반둔형제 (半吨兄弟)

\* 출처 : QQ 뮤직(QQ 音乐)



## 센터 안내

### I KOCCA 북경비즈니스센터 소개

#### 1 운영 목적 >>>

- ✔ 한국 콘텐츠 기업의 중국 진출에 필요한 현지 시장정보 · 전문가(법률)자문 · 회의통역
- ✔ 현지기업 정보조회 지원 등 맞춤형 현지 종합서비스 제공

#### 2 시설 지원 >>>

- ✔ 방송 · 애니메이션 · 캐릭터 · 게임 · 실감콘텐츠 등 한국 콘텐츠 상품 전시
- ✔ 북경 현지에서 필요한 회의 공간 지원



주충 한국문화원 1층 상설전시공간

## II KOCCA 북경비즈니스센터 주요 업무

### ☑ 통역 지원 : 한국 콘텐츠 기업의 중국 진출에 필요한 통역 서비스

- 통역원 : 북경비즈니스센터 통역 풀 활용
- 지원횟수 : 월 2 회, 회당 3 일 무료 지원, 추가 지원 요청 시 소요비용 기업 부담
- 지원지역 : 북경비즈니스센터 내 혹은 외부(북경시 한정), 온라인일 경우 장소 제한 없음
- 지원사항 : 통역지원, 1:1 비즈니스 미팅 혹은 행사 참여 시
- 운영방식
  - .. (신청) 한국콘텐츠진흥원 홈페이지(www.kocca.kr) 접속 → 사업안내/해외센터 → 북경센터 메일 문의
  - ※ 지원희망일자 2일 전까지만 신청 가능
  - ※ 신청서 접수 시 통역유형·지원일정·참가인원·내용에 대한 전달 必
  - .. (지원) 온라인 신청 접수 → 지원 가능 여부 판단 → 통역원 확정 → 기업과 통역원 매칭 → 통역 지원 → 상담일지 제출
- 통역비용 : 무료 지원

### ☑ 전문가 상담 : 한국콘텐츠진흥원 중국 현지자문단

- 상담분야 : 마케팅 / 법률 / 회계 / 방송 / 게임 5 개 분야
- 구성 : 북경현지 전문가 17 명
- 상담방법 : 온라인상담, 북경비즈니스센터 內 대면상담
- 신청방법 : welcon.kocca.kr 회원가입→ 신청서 작성→문의콘텐츠 검토 및 확인
- 상담비용 : 무료

✔ **기업정보조사** : 중국 현지기업 등록정보 제공

- 조사대상 : 중국 현지법인
- 조사내용 : 법인설립일, 등록자본, 법인대표, 직원 수, 채무관계, 소송·채무·납세 정보 등

✔ **WECHAT 공식계정 홍보** : 북경센터 공식계정을 통한 장르별 기업 및 콘텐츠 소개

- 발송주기 : 주 1 회
- 수신대상 : 중국 바이어 기업 관계자(팔로워 약 2,000 명)



\* 문의 : 김영빈 대리 (전화: +86 10 6501 9787, 이메일: ybkim@kocca.kr)

북경비즈니스센터 담당자 연락처

윤호진 센터장	+86-10-6501-9971	hjyoon8591@kocca.kr
이향옥 차장	+86-10-6501-9355	hiangok@kocca.kr
김영빈 대리	+86-10-6501-9787	ybkim@kocca.kr
유 종 주임	+86-10-6501-9951	jong2@kocca.kr

중국 콘텐츠 산업동향

2022년 11호

주관기관 한국콘텐츠진흥원

작성 감수 : 윤호진 센터장

작성 : 한중콘텐츠연구소

책임집필: 김원동 대표, 나진희 실장

조사 및 리서치: 이염결 연구원

인포그래픽, 차트 및 통계: 정유진 연구원

번역: 임선애

발행인 조현래 (한국콘텐츠진흥원장)

발행일 2022년 8월 2일

발행처 한국콘텐츠진흥원

주소 전라남도 나주시 교육길 35 (빛가람동 351)

전화 1566-1114

홈페이지 www.kocca.kr

ISSN 2733-5798 (비매품)

- 본 보고서는 한국콘텐츠진흥원(www.kocca.kr)의 <콘텐츠지식>에 게재되는 보고서로, 인용하실 때에는 반드시 출처를 밝혀주시기 바랍니다.

(문의) 콘텐츠종합지원센터 “콘텐츠에 대해 알고 싶은 모든 것! 1566-1114”

KOCCA